

Цифровое кино глазами Screen Digest

Screen International Conference, Лондон, 28 сентября 2005 года

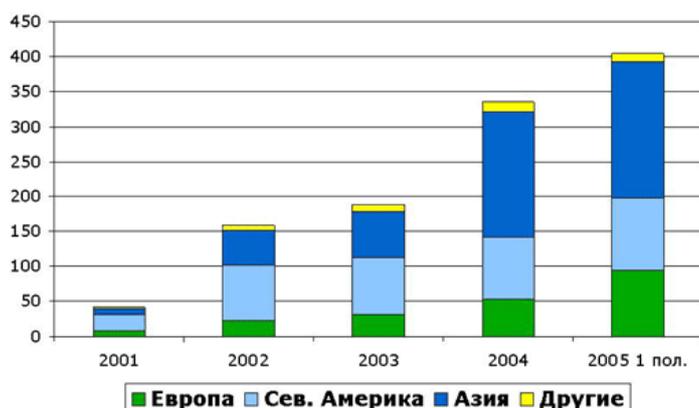
David Hancock
Главный аналитик
Screen Digest

<...> Я не отделяю явление цифрового кино от кинематографа в целом. Оно является частью киноиндустрии, а прилагательное «цифровое» означает движение к более экономичному способу доставки фильмов в кинотеатры. <...>

Так чего же мы достигли на сегодняшний день?

screen digest

Цифровые кинозалы по регионам



www.screen digest.com

global media intelligence

как Китай, Япония и Сингапур. В Европе основной рост пришелся на ключевые рынки – Францию, Италию, Германию и Нидерланды, и он был связан с инициативами XDC и Cinemecanica. Можно ожидать, что в 2005/06 годах рекордный рост придется на Великобританию, поскольку Arts Alliance начинает запускать свою программу по схеме создания сети цифровых кинотеатров Британского Совета Кино.

Так что же мотивировало этот переход?

За переходом к цифровому кино стоят несколько возможных мотиваторов.

Зрители

Переход не мотивируется зрителями, поскольку они в большинстве своем не осведомлены о цифровом кино (за исключением смутного понимания). Люди проявляли интерес к действующим цифровым кинозалам, и в основном аудитория откликается на предлагаемые ей новшества.

Киностудии

До июня 2005 года все намерения и планы мотивировались киностудиями, однако они осторожно подходят к переходу на цифровое кино. Всегда, когда дело касается потенциального изменения

текущего положения дел, студии настороженно относятся к этому. Ведь на кону \$16-млрдный кинотеатральный бизнес. Но они сыграли жизненно важную роль, как мы увидим позже.

На каком этапе мы сегодня?

- Возможные мотиваторы перехода
 - Зрители
 - Киностудии
 - Кинотеатры
 - Дистрибьюторы
 - Правительство
 - Производители фильмов
 - Поставщики технологий
- Вывод: Цифровое кино главным образом мотивируется технологией, основано на уверенности в сокращении расходов дистрибьюторов и в более разнообразном предложении фильмов

производство фильмокопий. Однако дистрибьюторы могут потерять контроль над процессом дистрибуции. Кроме того, мы считаем американские киностудии единственными в мире дистрибьюторами, обладающими достаточной силой на рынке, чтобы форсировать переход. Хотя экономия также является мощным стимулом.

Правительство

В некоторых случаях процесс перехода к цифровому кино поощряется правительствами стран. Например, в Великобритании и Китае, и в какой-то мере в Сингапуре. В Великобритании и Китае главными мотиваторами выступают скорее зрители, нежели технология, однако это неотделимо от того факта, что они также стимулируют бизнес-составляющую.

Производители фильмов

До сих пор также участвовали в процессе. Наглядный пример - Джордж Лукас и «Звездные Войны», это первопроходцы, или технофилы. Однако сегодня производители фильмов могут стать ключевым мотиватором перехода к цифровому кино, поскольку эта технология кинодемонстрации гарантирует идеальное качество показа фильмов, на создание которых они потратили так много времени.

Технология

Поставщики технологий и производители оборудования проявляли высокую активность в процессе. Например, некоторые новые игроки киноиндустрии, такие как производители серверов, которые нашли новый рынок для своих продуктов. Также некоторые существующие игроки, например, производители проекторов, которые считают цифровое кино способом восстановления потенциала сбыта зрелого сектора. В течение шести лет длился период исследований и разработок – кинотеатры, поставщики технологий и контента тестировали технологию и системы.

Я сделал вывод, что процесс в основном мотивируется технологией, с некоторым давлением со стороны правительства (цифровое кино - способ диверсификации рынка для кинодистрибуции) и киностудий (сокращение расходов и пиратство).

Однако я считаю, что сегодня мы движемся от сектора, ведомого технологией, к индустрии, ведомой бизнесом и рынком, что является ключом к будущему развитию сектора. Цифровое кино не может развиваться вокруг одной лишь технологии, и этот переход на самом деле является первым строительным блоком, на котором может быть построено распространение цифрового кино.

Кинотеатры

В основном переход не мотивировался сектором кинодемонстрации, поскольку многие кинотеатры ещё нужно убедить в ценовом преимуществе, стоящим за установкой цифрового оборудования. Конечно, есть кинотеатры, с энтузиазмом участвующие в тестировании оборудования (такие, как например Kinopolis в Бельгии и Eng Wah в Сингапуре), однако они - в меньшинстве, а периоды тестирования ограничены небольшим числом кинозалов.

Дистрибьюторы

Это звено в цепочке киноиндустрии, на которое придется основная выгода в виде потенциального сокращения расходов на

Что является катализаторами перехода по мере развития рынка?

screen digest

Ключевые катализаторы перехода

- DCI
- Бизнес-модели
- Осведомленность зрителей
- Контент
- Производители фильмов
- Поставщики комплексных решений
- ЦК - способ увеличения посещаемости

Вывод: Время для перехода настало

www.screen digest.com

global media intelligence

подчеркивает то, насколько кинотеатры важны для киностудий и для бизнеса в целом. Это также говорит о том, что, возможно, кинотеатры проживут дольше, нежели уже начали провозглашать некоторые.

Бизнес-модели

Бизнес требует бизнес-моделей, и у нас уже есть несколько. Операторы-посредники начали продавать решения цифрового кино с предложением конкретных моделей, например, Christie/AIX и прочие.

Осведомленность зрителей

В конечном итоге цифровое кино должно служить зрителям. Кинозритель также должен участвовать в развитии. До сих пор зрители не принимали никакого участие в процессе, но есть признаки изменения ситуации. Сеть кинотеатров Kinopolis в Бельгии начала демонстрировать серию рекламных роликов, промоутирующих цифровые кинотеатры сети, и за показы в этих кинотеатрах взимается более высокая плата. Цифровые кинозалы продаются быстрее, чем 35мм-ые, а потребитель готов заплатить на 1 евро больше. По последним оценкам (сентябрь 2005) цифровые кинопоказы посетили 0,5 млн. зрителей.

Контент

Наличие нового контента для показа в кинотеатрах – потенциальный катализатор перехода. В настоящее время самым очевидным примером является предстоящая digital 3D премьера нового анимационного фильма Disney «Цыпленок Цыпа» в США в ноябре. Для премьеры фильма Dolby оснащает 100 цифровых кинозалов. Это показывает, как новый контент может мотивировать принятие технологии. Запланирован выпуск ещё нескольких 3D фильмов, и в связи с этим открытие цифровых кинозалов. Такой Контент также устанавливает сроки для цифровых кинозалов: на даты выпуска нужно ориентироваться, и это означает сокращение возможности сдвига. Контент – производство фильмов в цифровом формате.

Производители фильмов

Кинотеатр – это единственная «контролируемая среда» для просмотра фильма. Производитель может быть уверен, что вы смотрите то, что он хотел, чтобы вы увидели. В цифровом кинотеатре это даже более реалистично, поскольку файлы с фильмом не деградируют. Это делает цифровой кинотеатр очень привлекательным для кинопроизводителя. В данном контексте также важен вопрос борьбы с пиратством.

Поставщики комплексных решений или кураторы

Появление компаний, которые могут поставить комплексное решение для оснащения цифрового кинотеатра – решающий фактор для цифровых кинозалов, открываемых кинотеатрами. Сегодня их немного на рынке, и они могут лишь способствовать принятию технологии, устраняя большую часть преград.

DCI

Я считаю, что самым важным катализатором в истории цифрового кино является процесс разработки стандартов DCI.

Стоит здесь остановиться и отметить положительное влияние киностудий на процесс. Очень редко киностудии собираются вместе, чтобы работать над чем-то подобным совместно. Такого не было при введении видео, и мало вероятно, что это произойдет при введении нового поколения DVD, где, по всей видимости, разгорается война форматов. Тот факт, что киностудии вели совместную работу над разработкой стандартов для цифрового кино, показывает, насколько огромной могла бы быть угроза при бессистемном распространении, и это также

Стимул к росту посещаемости

Возможно, недооцененным катализатором является потребность кинотеатров и дистрибьюторов вернуть зрителя в кинотеатры. Много было сделано в результате сокращения посещаемости кинотеатров в 2005 году. Будь то временное явление или тенденция – это неприятное явление. Однако стоит заметить, что главным мотиватором роста аудитории являются хорошие фильмы. Мультиплексы стали стимулом роста для кинотеатров, цифровое кино может сделать то же самое. Основным мотиватором роста аудитории являются хорошие фильмы, и так будет всегда, будь то цифровое кино или нет.

Мой вывод – пришло время для распространения цифрового кино.

screen digest

Оставшиеся препятствия

- Механизм доставки
 - Кодирование
 - Шифрование
 - Пакетирование
 - Демонстрация
- Эти проблемы до некоторой степени решены, но их можно и нужно усовершенствовать

Понятно, что есть несколько хороших причин для распространения цифровых кинопроекторных систем. Однако также есть причины, по которым оно может быть задержано. Я не буду подробно останавливаться на этом, но они есть и это нужно признать.

Механизм доставки – необходимо поработать над спутниковой и наземной доставкой, но на данный момент есть возможность доставки на жестких дисках или в виде файлов через курьера.

Кодирование - компрессия

Шифрование - защита

Пакетирование – простота использования для кинемехаников и персонала кинотеатров.

www.screen digest.com

global media intelligence

Демонстрация – как кинотеатральная демонстрация. Особенно с точки зрения конкуренции со стороны домашнего видео. Цифровое кино должно поднять планку кинотеатра, а не предлагать такое же качество, как 35мм.

На первый взгляд эти проблемы не кажутся непреодолимыми, однако могут оказать задерживающий эффект на распространение.

screen digest

Зависит ли распространение от Голливуда?

- Широкомасштабное распространение зависит от стандартов
- Все киностудии согласились производить фильмы в цифровом формате
- Различие между D- и E-cinema

Зависит ли распространение цифрового кино от Голливуда?

Короткий ответ: Да, сильно зависит.

Однако, многое из того, что должен был сделать Голливуд, делается сейчас. Процесс DCI должен был решить вопрос о функционировании рынка со стандартами минимального уровня. Завершение работы над спецификациями DCI можно сравнить с каналом, который нужно открыть, чтобы по нему потекла вода. DCI были воротами судоходного шлюза. Если раньше просачивалась лишь маленькая струйка, то теперь ворота открыты. Кроме того, все студии

www.screen digest.com

global media intelligence

подписались выпускать фильмы в цифровом формате, что решает одну сторону проблемы «курица или яйцо», существовавшую до сих пор. Зачем переходить к цифровой проекции, если нечего показывать? С 1999 до конца 2004 года в цифровых кинозалах было показано около 170 фильмов, что едва ли способствовало быстрым переменам.

Стоит также провести различие между d-cinema, темпы распространения которого диктует Голливуд, и e-cinema, которое ему не подвластно. E-cinema развивается в основном в странах с более низким уровнем цен (Индия, Бразилия, Китай) и в странах, которые не переоценивают значимость голливудской продукции, поскольку имеют сильные секторы местного производства и дистрибуции.

Следовательно, цифровое кино зависит от Голливуда. Однако, теперь, когда процесс DCI в основном завершен, я думаю, появится широкое разнообразие систем и компаний с привлекательным предложением, которые не будут полагаться на одобрение или популярность Студии.

Кто платит?

screen digest

Кто платит?

- Ограниченное число вариантов; все изучаются
- Дистрибьютор
 - Виртуальная копия, финансирование со стороны третьего лица
 - Плата за логистические и другие услуги
- Кинотеатр
 - Месячная арендная плата
 - Капитальные инвестиции
- Аудитория
 - Разница в ценах билетов на цифровые и 35мм сеансы

Со стороны киноиндустрии было много криков одобрения и недовольства в ответ на введение цифрового кино, и это справедливо. Однако этот вопрос грозил стать точкой преткновения на пути распространения цифрового кино. Становится ясным, что ответ может лежать в одной из ограниченных возможностей. Существует небольшое число людей, способных платить, и для них есть подходящие модели. Это означает сокращение возможности прерывания процесса распространения цифрового кино.

www.screen digest.com

global media intelligence

Кратко, есть три варианта

Дистрибьютор
Кинотеатр
Зрители

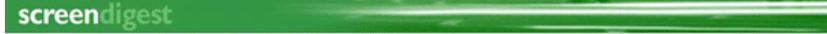
Четвертый вариант – правительство, но я сделаю акцент на решениях частного сектора.

Дистрибьютор может осуществлять платежи через систему виртуальных копий, когда деньги, сэкономленные на производстве фильмокопий, откладываются за определенный промежуток времени, а затем вкладываются в приобретение оборудования. Второй вариант – прямые платежи за предлагаемые услуги.

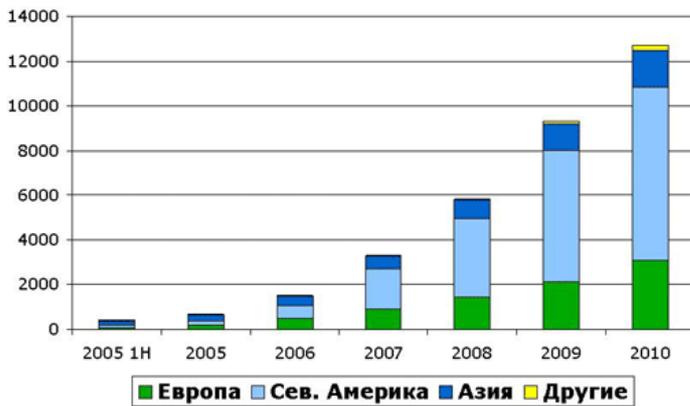
Кинотеатр может платить либо по договору аренды поставщику-посреднику, как в случае с XDC, либо посредством своих собственных капитальных вложений.

Возможно, самое интересное, это то, что зрители платят за переход. Там, где зрители знают, что есть цифровые показы, они готовы переплачивать за предлагаемую новинку. И, несмотря на то, что эта стратегия жизнеспособна, по всей видимости, в течение среднесрочного периода, поскольку все

кинотеатры рано или поздно станут цифровыми, энтузиазм зрителей - цифра против 35мм - может продлиться достаточно долго, и может фактически финансировать большую часть кинотеатров мира. В цифровом выражении: если предположить, что комплексное решение стоит, скажем, \$100 000, и что во всем мире около 100 000 кинотеатров (за исключением проекционных систем в китайских деревнях), то



Рост цифровых кинотеатров по регионам

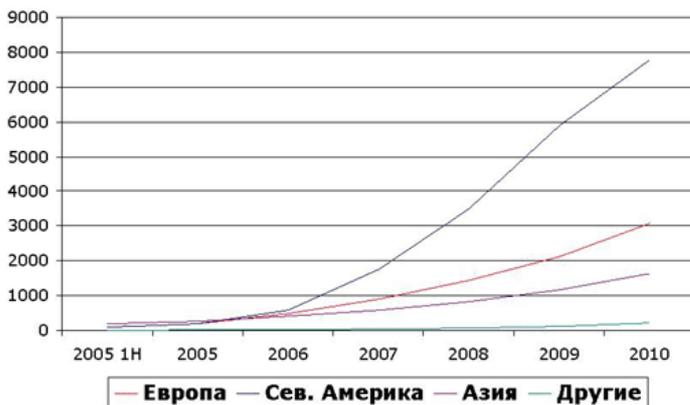


для полного перехода к цифровым кинотеатрам необходимо \$10 млрд. Это эквивалентно примерно 5-7-летним затратам на производство фильмокопий для дистрибуции по всему миру, или это меньше половины годовых мировых кассовых сборов. Математика свидетельствует о том, что зрители, скорее всего, будут финансировать переход, чтобы он произошел быстрее.

Так будет происходить распространение цифровых кинотеатров по регионам в течение следующих пяти лет. В целом, я считаю, что пик придется на 2007 год. Ключевой страной станут США. В Азии и Европе рынки относительно фрагментированы (разрознены) (много стран, в некоторый очень низок уровень концентрации кинотеатров) и, скорее всего они запоздают по сравнению с США, особенно Азия. Азия включает Индию и Китай, которые сосредоточились на E-cinema для своих больших региональных кинотеатральных рынков.



Цифровые кинотеатры: прогноз



Взглянем с другой перспективы, на графике показаны различия в прогнозных темпах роста регионов, в частности, стремительный рост в Северной Америке.

А это ключевые страны мира, упоминавшиеся в презентации. Однако я считаю, что главной страной станут США, которые зададут темп мировому распространению цифровых кинотеатров. Во многом потому, что это крупнейший рынок, сильно зависящий от студийного продукта, и с высокой концентрацией кинотеатров. Вместо того чтобы убеждать множество мелких кинотеатров, нужно лишь заручиться подписью крупного демонстратора, чтобы перевести в цифровой формат сразу большую долю кинотеатров.

Глобальное распространение цифрового кино

- Основные территории
 - США
 - Великобритания
 - Сингапур
 - Китай
 - Бельгия
 - Ирландия
 - Франция
 - Италия
 - Корея
 - Япония

В заключение, перефразирую Билла Гейтса:

Следующие пять лет и далее

- Девиз Билла Гейтса
 - Переоценивать краткосрочный период/недооценивать долгосрочный период
 - Непредвиденные проблемы
- Куда движется кино?
 - Выживет ли кинотеатр?

кинотеатром целый ряд новых возможностей стать развлекательным центром, но тогда производители контента должны придумать арт-формы или контент, подходящий для цифровой среды. То, что так много усилий идет на сохранение и восстановление кинотеатров говорит мне о том, что будущее кинотеатра как заведения - в безопасности, но не рассчитывайте всегда увидеть фильм на экране.

Мы недооцениваем 10-летний период, и мы переоцениваем 2-летний период.

Мои прогнозы во многом основаны на этом принципе, а также на предположении, что потребуется больше времени, чем мы рассчитываем.

Единственное, что мы можем предвидеть, это появление непредвиденных проблем.

В более долгосрочной перспективе, изобретение цифрового кино скорее всего изменит сам способ нашего потребления фильмов в кинотеатрах, но этот процесс требует очень тщательного управления, чтобы не отпугнуть потребителя. Цифровая технология открывает перед